Communiqué de presse
Lyon, le 14 septembre 2012

Entretien automobile
Point S lance son concept de Centre Auto

Point S, leader mondial des réseaux d'indépendants du marché du pneumatique, et acteur majeur de l'entretien automobile, annonce aujourd'hui le lancement de son concept de Centre Auto. L'enseigne compte accélérer ainsi son développement sur le marché de l'entretien et vise l'ouverture de 50 centres de ce type d'ici fin 2013.

Point S, dont le savoir-faire est aujourd'hui largement reconnu à la fois sur les marchés du pneumatique et de la réparation rapide, poursuit sa stratégie de diversification vers l'entretien automobile en lançant un nouveau concept de point de vente : *« Point S Centre Auto ».*

Depuis 6 ans, début de sa diversification, Point S se dote des outils nécessaires pour devenir un acteur majeur de l'entretien automobile. Le réseau travaille depuis près de 2 ans à l'élaboration de ce nouveau concept. Les adhérents actuels et futurs de Point S pourront désormais s'appuyer sur un concept normé et clé en main, défini par l'enseigne et intégrant tous les outils nécessaires pour développer une activité de Centre Auto.

Christophe Rollet, Directeur Général de Point S, précise : *« Ce concept exprime notre volonté d'assurer à notre clientèle une garantie de qualité des services et produits liés à l'entretien. Il est aussi un outil d'expansion pour notre réseau, permettant à nos adhérents, d'optimiser une offre existante ou de développer une nouvelle activité.»*

Le concept Point S Centre Auto définit une surface de libre-service complétant l'activité atelier, où les clients pourront trouver produits d'équipement, d'entretien et accessoires de marques reconnues. Le concept, modulable, permettra de valoriser une surface de vente existante par l'installation d'une boutique comme de mettre en place un Centre Auto complet, avec atelier et libre-service.

Des partenaires parmi les plus grandes marques

Les accords conclus par la tête de réseau avec ses partenaires permettront aux adhérents de proposer des produits de marques reconnues, avec une offre et une gamme de prix adaptés aux besoins de leur clientèle.

Le développement de la marque de distribution à la marque Point S fait aussi partie de cette stratégie de diversification. De nouveaux produits vont compléter cette gamme dès le mois d'octobre avec notamment la Chaine Neige Textile, homologuée B26*.

Christophe Rollet précise *: « Notre offre produit Centre Auto est conforme à notre stratégie : proposer à notre clientèle une offre correspondant à leurs besoins, avec différentes gammes de prix, sans jamais déroger à la qualité. »*

**homologuée pour les zones obligatoires comme les stations de ski et cols de montagne.*

Accompagnement des adhérents : un concept « clé en main »

Point S a mis en place les outils nécessaires pour accompagner ses adhérents dans la mise en place de ce nouveau concept :

- L'enseigne a embauché un responsable « Centre Auto», dédié à cette nouvelle activité, qui sera leur interlocuteur privilégié.

- Un mode d'emploi complet, la Bible Centre Auto, leur permettra de bénéficier d'un outil opérationnel pour monter et gérer au quotidien leur activité : construction de l'offre produit, agencement de magasin, configuration type de l'atelier et prestations, gestion des déchets et outils marketing dédiés y seront en particulier détaillés.
    - Un outil informatique a été spécialement développé pour l'activité Centre auto, permettant d'optimiser l'accueil du client au comptoir jusqu'aux achats en passant par la gestion du point de vente.
    - La signalétique a été définie dans une charte Centre auto, déclinaison de la charte globale de Point S.
    - Des opérations de marketing et de communication dédiée à cette nouvelle activité seront mise en place par l'enseigne.

- Enfin, des modules de formation spécifiques seront proposés aux adhérents : gestion d'un point de vente, gestion de la surface de vente, gestion des hommes et leurs missions, ainsi qu'un module leur permettant de connaître les particularités de la gestion administrative d'un Centre Auto.

Un objectif de développement ambitieux

L'enseigne compte ouvrir 50 centres auto d'ici fin 2013. Parmi les 430 points de vente français Point S, 34 centres possèdent déjà la typologie « Centre Auto », et pourront très rapidement mettre en place ce nouveau concept pour optimiser leur activité libre-service.
Parallèlement, les centres au format « entretien rapide » pourront développer leurs services en intégrant ou en renforçant leur espace de vente.
Enfin, la mise en place de Point S Centre Auto permettra au réseau de rallier de nouveaux profils d'adhérents, souhaitant ouvrir un point de vente de ce type.

Ce nouveau concept permettra à Point S d'augmenter la part de son chiffre d'affaire lié à l'entretien, qui est aujourd'hui de 25%.

Christophe Rollet conclut : *« Dans le marché mature de l'entretien automobile, le Centre Auto sera l'une des solutions viables qui réponde aux besoins des consommateurs. Pour atteindre nos objectifs et faire partie des acteurs majeurs de ce marché, il nous est indispensable d'en anticiper les évolutions. »*

Contact presse
AuGrandJour/ Estelle Bourreau
T. 06 60 92 43 24
Mail estelle@augrandjour.fr

A propos de Point S
Fondée en France en 1971, l'enseigne Point S est l'un des spécialistes du marché de l'entretien auto et leader du marché du pneumatique. Le groupe poursuit sa croissance rapide en France, ainsi qu'à l'étranger. Il compte à ce jour plus de 2 500 points de vente à travers 24 pays européens (dont plus de 430 en France), les Etats-Unis, le Canada et l'Afrique du Sud. Le siège social est basé à Lyon.
Retrouvez l'actualité de Point S sur le site www.points.fr